

1. Identificación del Proyecto

1.1 Nombre del Proyecto:

"Implementación de programas de mentoría en innovación tecnológica y emprendimiento para jóvenes emprendedores del municipio de La Paz"

1.2 Árbol de Problemas

1. Problema Central:

- Falta de oportunidades y acceso a recursos de apoyo para jóvenes emprendedores en el área de innovación tecnológica en el municipio de La Paz.

2. Factores Sociales:

- Desempleo juvenil: De acuerdo con el Instituto Nacional de Estadística (INE), la tasa de desempleo juvenil en Bolivia supera el 8.5%, siendo mayor en áreas urbanas como La Paz, donde muchos jóvenes tienen acceso limitado a oportunidades laborales adecuadas a su nivel de formación y aspiraciones profesionales (INE, 2022).

- Escaso acceso a redes de mentoría y apoyo: Los jóvenes de La Paz tienen pocas oportunidades para participar en redes de mentoría que los guíen en sus proyectos, limitando sus posibilidades de éxito en emprendimientos sostenibles y con impacto social.

3. Factores Económicos:

- Falta de acceso a financiamiento: El acceso al financiamiento es un obstáculo importante para los jóvenes emprendedores en Bolivia. Según un estudio de la Fundación para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología (FUNDECT), el 67% de los jóvenes emprendedores señala que la falta de financiamiento es una barrera crítica para el desarrollo de sus proyectos (FUNDECT, 2021).

- Limitado conocimiento en gestión empresarial: Muchos jóvenes carecen de habilidades en áreas como finanzas, marketing y gestión de proyectos, lo que les dificulta estructurar y administrar sus iniciativas de negocio.

4. Factores Educativos:

- Deficiencias en formación técnica: Existen pocas iniciativas formativas que aborden habilidades específicas en innovación y tecnología aplicadas al

emprendimiento, generando una brecha en la capacitación de los jóvenes paceños que buscan incursionar en estas áreas.

1.3 Situación:

La Necesidad a Satisfacer:

La falta de programas estructurados de mentoría en innovación tecnológica y emprendimiento en La Paz crea una necesidad urgente de generar oportunidades de capacitación y apoyo para los jóvenes interesados en iniciar sus propios negocios. Esta necesidad es aún mayor debido a la alta tasa de desempleo juvenil y la limitada oferta de formación especializada que permita a los jóvenes desarrollar sus habilidades empresariales.

Oportunidad a Aprovechar:

Este proyecto aprovecha la oportunidad de canalizar recursos y colaboración con diversas instituciones (como universidades, cámaras de comercio, y ONGs) para formar una red de apoyo sólida. Esto no solo permitirá a los jóvenes acceder a conocimientos y mentoría especializada, sino que también contribuirá a la creación de emprendimientos innovadores que generen empleo y estimulen la economía local. La Ley 505 sobre la juventud respalda y legitima este tipo de iniciativas, lo que facilita el acceso a recursos municipales y alianzas estratégicas.

Cómo se Aprovechará la Necesidad y Oportunidad con este Proyecto:

Mediante el establecimiento de un programa de mentoría, este proyecto ayudará a los jóvenes a desarrollar habilidades clave en áreas como la planificación empresarial, el manejo financiero y la tecnología. Además, se promoverán valores de responsabilidad social y sostenibilidad, creando una base para que los emprendimientos tengan un impacto positivo en la economía y en el entorno.

1.4 Justificación

Justificación Social:

El proyecto responde a la necesidad de reducir el desempleo juvenil y aumentar las oportunidades de desarrollo profesional para los jóvenes en La Paz. Según la Encuesta Nacional de Juventud (Ministerio de Educación, 2021), más del 60% de los jóvenes paceños considera que la falta de orientación y apoyo es un factor clave en la baja tasa de emprendimiento juvenil. Estudios internacionales también indican

que los programas de mentoría contribuyen a la reducción de la pobreza juvenil al incrementar las tasas de empleo y facilitar la creación de negocios sostenibles (Banco Mundial, 2020). Este proyecto, por tanto, no solo mejorará las perspectivas económicas de los jóvenes, sino que también contribuirá a la cohesión social al generar un entorno de colaboración y apoyo entre pares.

Justificación Económica:

La implementación de este programa fortalecerá el ecosistema emprendedor, incentivando la creación de micro y pequeñas empresas lideradas por jóvenes. Estas iniciativas no solo generarán empleos directos e indirectos, sino que también contribuirán al crecimiento económico del municipio de La Paz. Según un estudio del BID (Banco Interamericano de Desarrollo, 2021), los emprendimientos tecnológicos impulsan la economía local y aumentan la competitividad de las ciudades. De este modo, el proyecto representa una inversión en el futuro económico del municipio.

Justificación Ambiental:

Además de promover el emprendimiento, el programa fomentará la creación de iniciativas sostenibles que consideren el impacto ambiental de sus operaciones. Los jóvenes participantes recibirán orientación sobre cómo integrar prácticas sostenibles en sus modelos de negocio, alineándose con las políticas ambientales nacionales y las tendencias de emprendimiento ecológico. Esto es particularmente relevante en un contexto donde el cambio climático y la gestión de recursos son preocupaciones crecientes en Bolivia.

1.5 Objetivos

Objetivo General:

Incentivar a los jóvenes del municipio de La Paz en el emprendimiento y la innovación tecnológica, brindándoles las herramientas y conocimientos necesarios para desarrollar negocios sostenibles y con alto impacto económico y social.

Objetivos Específicos:

- Proporcionar a los jóvenes habilidades prácticas en áreas clave para el emprendimiento, tales como finanzas, marketing, y planificación estratégica.
- Fomentar el desarrollo de iniciativas de negocio que incorporen prácticas sostenibles y respetuosas con el medio ambiente.

- Establecer una red de mentoría y apoyo entre los jóvenes emprendedores, conectándolos con expertos en diversas áreas.
- Facilitar el acceso a fuentes de financiamiento y redes de inversión para los jóvenes emprendedores.

Descripción General:

El programa tiene como objetivo principal ofrecer a los jóvenes paceños herramientas clave en el ámbito del emprendimiento y la innovación tecnológica. A través de un modelo de talleres grupales y mentorías personalizadas, el programa busca formar y capacitar a emprendedores entre 20 y 28 años, brindándoles un conjunto integral de conocimientos y habilidades necesarios para desarrollar sus ideas de negocio. La propuesta considera tanto el aprendizaje teórico-práctico en áreas fundamentales del emprendimiento, como la implementación de un enfoque personalizado en la última fase para el desarrollo de proyectos viables.

Componentes Claves del Programa:

1. *Convocatoria y Selección:*

- Se lanzará una convocatoria a través de las plataformas digitales de la Secretaría de Desarrollo y Juventud y redes sociales del Instituto de la Juventud, invitando a los jóvenes emprendedores a postular mediante un formulario en línea.
- Tras el llenado del formulario, se evaluarán los perfiles de cada postulante, considerando la claridad y viabilidad de sus ideas de negocio, así como su compromiso y motivación. Solo aquellos que demuestren un perfil sólido serán seleccionados para el programa.

2. *Talleres Grupales (3 meses):*

- Durante los primeros tres meses, se desarrollarán talleres en grupos de hasta 20 personas, enfocados en áreas clave del emprendimiento:
 - ***Matemáticas Financieras*:** Cálculo de costos, presupuestos, y manejo financiero de un proyecto.
 - ***Economía Básica y Marketing*:** Conceptos económicos esenciales y estrategias de mercado.
 - ***Gestión y Planificación de Proyectos*:** Desde la conceptualización hasta la ejecución.
 - ***Innovación Tecnológica*:** Nuevas tendencias y uso de herramientas digitales para emprendimiento.

- *Estrategias de Negocio*: Técnicas de resolución de problemas y planificación a corto y largo plazo.

3. *Mentoría Personalizada (1 mes):*

- Al finalizar los talleres grupales, se ofrece una mentoría personalizada, donde cada participante trabajará con un mentor especializado en su área de interés.

- Esta fase está enfocada en pulir y mejorar el proyecto personal de cada participante, preparándolos para posibles fuentes de financiamiento o concursos de incubación.

4. *Recursos y Materiales de Apoyo:*

- Los participantes tendrán acceso a recursos tecnológicos, como computadoras e impresoras en espacios de coworking, especialmente en el Cowork Cotauma.

- Materiales didácticos, tanto impresos como digitales, serán proporcionados a los participantes gracias al apoyo de las universidades y empresas aliadas.

2. Población Objetivo

Rango de Edad:

El programa se dirige a jóvenes entre 20 y 28 años, priorizando aquellos que han finalizado su educación universitaria o que poseen un interés genuino en emprender. Este rango etario responde a la necesidad de apoyo y guía que los jóvenes enfrentan al querer iniciar un negocio.

Características Deseadas en los Participantes:

- *Perfil Académico y Experiencia*: Jóvenes con una formación académica completa o en proceso en áreas afines a la tecnología, negocios, economía, y ciencias sociales. Se valorará experiencia previa en proyectos de emprendimiento o liderazgo en iniciativas estudiantiles.

- *Intereses en Áreas Específicas*: Interés en tecnología, economía, finanzas, marketing, innovación, y gestión de proyectos.

- ***Motivaciones y Aspiraciones:*** Se espera que los postulantes tengan aspiraciones claras de mejorar su situación económica a través del emprendimiento, con el deseo de contribuir al desarrollo económico y social del municipio.

Capacidad Estimada de Participantes:

Para cada ciclo, se estima la participación de alrededor de 60 jóvenes, distribuidos en grupos de 20 personas por taller. Se espera que al final del programa, al menos el 60-70% de los participantes logren desarrollar proyectos sólidos y listos para financiamiento o incubación.

Barreras y Limitaciones de los Jóvenes:

Entre las principales barreras se encuentran:

- ***Falta de acceso a recursos financieros:*** La falta de capital inicial es una limitación crítica para los jóvenes que desean emprender.

- ***Acceso limitado a formación de calidad:*** Muchos jóvenes no cuentan con acceso a capacitaciones en temas de emprendimiento y gestión empresarial.

- ***Falta de orientación y mentores:*** Existen pocas oportunidades de mentoría personalizada, lo cual dificulta el avance de proyectos de negocio en etapas tempranas.

3. Determinación del Alcance del Proyecto

Ámbito Geográfico:

El programa se enfocará exclusivamente en los macro-distritos urbanos del municipio de La Paz, dada la disponibilidad de espacios de coworking y la mayor accesibilidad de los jóvenes a instalaciones presenciales. La Paz está dividida en ocho macro-distritos urbanos, que agrupan a una proporción significativa de la población juvenil en la ciudad, facilitando su acceso al programa.

Duración del Proyecto:

El programa tiene una duración total de cuatro meses por cada ciclo de convocatoria:

- *Tres meses de talleres grupales*: Enfocados en las áreas clave del emprendimiento.
- *Un mes de mentoría personalizada*: Para la finalización y perfeccionamiento de cada proyecto.

Cada año, se lanzarán tres convocatorias, permitiendo a más jóvenes integrarse en el programa. De esta manera, el proyecto mantiene un carácter cíclico y continuo, asegurando una sostenibilidad a largo plazo y un impacto acumulativo en la comunidad juvenil de La Paz.

Recursos Humanos y Financieros:

El programa requiere una combinación de recursos humanos especializados y apoyo financiero para su implementación:

- *Mentores Especializados*: Profesionales en áreas de finanzas, tecnología, marketing y gestión empresarial. Estos serán proporcionados por las universidades aliadas y otras instituciones que deseen colaborar con el proyecto.
- *Personal Administrativo*: Encargado de la logística y la coordinación de actividades, desde el proceso de convocatoria hasta la supervisión de los talleres.
- *Recursos Financieros*: Las universidades y organizaciones aliadas cubrirán la mayoría de los costos de materiales, refrigerios y otros recursos necesarios para los participantes. La infraestructura, como los espacios de coworking, será ofrecida por el municipio.

Limitaciones y Riesgos Potenciales:

- *Falta de Interés o Deserción*: Algunos jóvenes pueden perder el interés o no cumplir con los requisitos del programa, lo que podría afectar la eficiencia de los talleres.
- *Falta de Financiamiento Adicional*: La viabilidad del programa a largo plazo depende de la disponibilidad de financiamiento continuo de las instituciones y aliados estratégicos.
- *Riesgo de Saturación*: La alta demanda del programa podría dificultar la capacidad de atención personalizada y mentoría adecuada.

Alianzas Estratégicas:

El programa cuenta con el apoyo de instituciones educativas y organizaciones como:

- *Universidad Mayor de San Andrés, Universidad San Francisco de Asís, Unifans y Universidad Real*: Que proveerán personal académico y materiales de estudio.
- *Cámara de Comercio, Save the Children y Embajadas de Corea y Alemania*: Estas entidades contribuirán con recursos, mentoría y espacios para los participantes.
- *Banco Visa*: Colaborará proporcionando acceso a plataformas digitales de capacitación y servicios financieros básicos para los emprendedores.

Estudio de Mercado

El *Estudio de Mercado* es esencial para identificar las necesidades, intereses y percepción de los jóvenes en el municipio de La Paz hacia un programa de capacitación y mentoría en emprendimiento e innovación tecnológica. A continuación, se presenta un desglose completo que abarca todos los componentes del estudio de mercado, incluyendo los métodos de investigación, diseño de cuestionario, segmentación y análisis de barreras.

Objetivo General del Estudio de Mercado:

Evaluar el interés, la aceptación y las necesidades específicas de los jóvenes de La Paz para la participación en un programa de mentoría en emprendimiento e innovación. Esto permitirá definir los contenidos y la estructura del programa de manera que responda a las demandas reales de la población objetivo.

Objetivos Específicos:

1. Determinar la demanda potencial y el nivel de interés en la capacitación en emprendimiento e innovación tecnológica.
2. Identificar las áreas de mayor interés en temas de emprendimiento (finanzas, tecnología, marketing, etc.).
3. Analizar las barreras y limitaciones percibidas por los jóvenes en relación a recursos, conocimientos y acceso a programas de emprendimiento.
4. Comprender las expectativas de los jóvenes en cuanto a metodologías de capacitación (presencial, virtual, o híbrido) y preferencias en duración y frecuencia.

Investigación de Mercado

La **Investigación de Mercado** permite obtener un análisis profundo de las características del mercado juvenil y sus necesidades en temas de emprendimiento e innovación. La recopilación de información será tanto cuantitativa como cualitativa, combinando la recolección de datos mediante encuestas estructuradas y entrevistas a profundidad.

Fuentes de Información

1. **Fuentes Primarias**:

- Encuestas aplicadas a jóvenes de 14 a 28 años.
- Entrevistas a profundidad con jóvenes que ya tienen alguna experiencia o interés en emprendimiento.

2. **Fuentes Secundarias**:

- Datos estadísticos de organismos como el INE (Instituto Nacional de Estadística) sobre emprendimiento juvenil.
- Estudios previos de universidades y centros de investigación sobre innovación y emprendimiento.
- Reportes de instituciones de desarrollo que indiquen tendencias y desafíos en el emprendimiento juvenil en Bolivia.

Justificación de Fuentes: Las fuentes primarias permiten entender directamente las opiniones y necesidades de los jóvenes, mientras que las fuentes secundarias ayudan a contextualizar los resultados en un marco más amplio y comparar las tendencias locales con otros estudios sobre emprendimiento juvenil.

Diseño Metodológico

Tipo de Estudio

El diseño metodológico se basa en un **estudio mixto**:

- **Cuantitativo**: Para medir de manera estadística las preferencias, necesidades y características demográficas.

- *Cualitativo*: Para explorar las motivaciones, intereses y limitaciones de los jóvenes con mayor profundidad, capturando las percepciones subjetivas y factores intangibles que afectan sus decisiones.

Enfoque del Estudio

1. *Descriptivo*: Identificar y describir las características y preferencias de los jóvenes en relación a la formación en emprendimiento.
2. *Exploratorio*: Entender mejor las barreras, motivaciones y expectativas, especialmente para aquellos jóvenes que ya tienen algún proyecto en mente o en desarrollo.

Población y Muestra

Población: Jóvenes de 14 a 28 años en el municipio de La Paz, con un enfoque especial en el rango de 20 a 28 años (población prioritaria que ya tiene bases educativas o experiencia previa).

Estimación de Tamaño de Muestra:

Para obtener una muestra estadísticamente representativa se estima la población en 200,000 jóvenes en el rango de edad especificado. La fórmula para el cálculo de una muestra finita es:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot q}{E^2 \cdot (N - 1) + Z^2 \cdot p \cdot q}$$

Donde:

- *N*: 200,000 (aproximación de jóvenes en La Paz en el rango de edad objetivo).
- *Z*: 1.96 (nivel de confianza del 95%).
- *p*: 0.5 (máxima variabilidad).
- *q*: 0.5 (1 - p).
- *E*: 0.05 (margen de error del 5%).

Con estos valores, obtenemos un tamaño de muestra aproximado de 384 jóvenes para garantizar la representatividad de los resultados.

Metodología de Investigación

La investigación se llevará a cabo en tres fases:

1. *Recolección de Datos Primarios (Encuestas y Entrevistas)*
2. *Análisis de Datos Secundarios*: Estudio de informes y estadísticas de emprendimiento juvenil, tanto locales como regionales.
3. *Interpretación y Conclusiones*: Se combinarán los datos cuantitativos y cualitativos para formar una visión integral de las necesidades y expectativas del mercado.

Metodología Cuantitativa

Se aplicarán *encuestas estructuradas* que se distribuirán de forma digital (redes sociales y sitios web de aliados) y presencial (en universidades, centros juveniles, y eventos de emprendimiento). Las encuestas incluirán preguntas cerradas y escalas de Likert para evaluar el nivel de interés en áreas específicas de formación.

Metodología Cualitativa

Para un análisis en profundidad, se realizarán *entrevistas semiestructuradas* a un grupo seleccionado de jóvenes que muestren particular interés en el emprendimiento. Las entrevistas abordarán temas como barreras personales, motivaciones, expectativas de formación, y experiencias previas en emprendimiento.

Técnicas de Recopilación de Información

Encuestas Estructuradas:

- Preguntas demográficas para determinar el perfil de los participantes.
- Preguntas sobre el conocimiento y experiencia en emprendimiento.
- Escalas de preferencia en cuanto a temas de formación y modalidad de capacitación.
- Preguntas sobre barreras percibidas, como falta de recursos o conocimientos específicos.

***Entrevistas a Profundidad*:**

- Con jóvenes seleccionados de diferentes contextos (estudiantes universitarios, trabajadores independientes, emprendedores iniciales).
- Enfoque en la exploración de aspiraciones, desafíos y motivaciones.
- Preguntas abiertas para permitir que los jóvenes compartan sus experiencias y desafíos de manera libre.

Diseño y Aplicación del Cuestionario

***Estructura del Cuestionario*:**

1. *Sección Demográfica*:

- Edad, género, nivel educativo, situación laboral.
- Ubicación en macro-distritos urbanos de La Paz.

2. *Sección de Conocimientos y Experiencia*:

- Nivel de conocimiento en temas de emprendimiento.
- Experiencia previa en proyectos o ideas de negocio.
- Evaluación de habilidades específicas, como manejo de finanzas, tecnología, y marketing.

3. *Sección de Intereses y Preferencias*:

- Áreas de interés en capacitación (finanzas, marketing, tecnología, etc.).
- Preferencias sobre la modalidad de capacitación (presencial, virtual, híbrida).
- Tiempo y frecuencia deseada para los talleres y mentorías.

4. *Sección de Barreras y Limitaciones*:

- Dificultades percibidas para acceder a recursos financieros y tecnológicos.
- Necesidad de apoyo o mentoría especializada.
- Disponibilidad de tiempo y otros obstáculos personales o profesionales.

Aplicación del Cuestionario:

- Digitalmente a través de plataformas como Google Forms, y en redes sociales de la Secretaría de Desarrollo y Juventud.
- Presencialmente en universidades, eventos de emprendimiento, y centros de desarrollo juvenil en La Paz.

Mercado Consumidor

El *Mercado Consumidor* se compone de jóvenes de 20 a 28 años con alto potencial para el emprendimiento, interesados en adquirir habilidades prácticas que les permitan desarrollar ideas de negocio y mejorar su situación económica.

Características Principales:

1. *Interés en el Desarrollo Profesional*: Jóvenes que desean adquirir herramientas prácticas para mejorar sus oportunidades.
2. *Conexión con la Tecnología*: La mayoría tiene una alta adaptación a herramientas digitales y busca información en línea sobre emprendimiento.
3. *Limitaciones en Recursos y Conocimientos*: Muchos enfrentan barreras en cuanto a acceso a financiamiento, espacios de trabajo y conocimiento especializado.

Segmentación de Mercado

Para optimizar el enfoque, se aplicará una *Segmentación Demográfica y Psicográfica*:

1. *Demográfica*:

- *Edad*: 20 a 28 años, con flexibilidad para jóvenes desde 14 a 28 años.
- *Nivel Educativo*: Universitarios, egresados o jóvenes con interés en emprendimiento.
- *Ubicación*: Macro-distritos urbanos de La Paz, facilitando el acceso presencial.

2. *Psicográfica*:

- *Intereses*: Innovación, tecnología, y desarrollo personal.
- *Estilo de Vida*: Jóvenes que buscan independencia económica y crecimiento personal.
- *Aspiraciones*: Crear y consolidar un negocio propio.

1. *Mercado Competidor*

1.1 Competidores Directos e Indirectos

En Bolivia, existen varias organizaciones y ONGs que implementan programas de capacitación y mentoría para jóvenes, principalmente enfocadas en habilidades generales de emprendimiento, desarrollo profesional o educación digital. Ejemplos de organizaciones relevantes incluyen:

1. *Save the Children*

Fortalezas: Esta organización se enfoca en desarrollo social y ha trabajado en programas de capacitación para jóvenes en Bolivia, desarrollando competencias generales en empleabilidad y empoderamiento.

Debilidades: No posee un enfoque especializado en innovación tecnológica o mentoría directa y personalizada para jóvenes en áreas avanzadas como tecnología y negocios; sus programas tienden a ser más generales y de corto alcance.

2. *Chad Fans*

Fortalezas: Ofrece programas educativos, incluyendo algunos relacionados con el desarrollo de habilidades laborales para jóvenes. Sus recursos y alianzas internacionales le permiten trabajar en comunidades vulnerables y obtener financiamiento extranjero.

Debilidades: No se especializa en el apoyo intensivo a emprendedores con proyectos específicos o en etapas avanzadas. Además, no tiene un programa estructurado con mentoría personalizada en tecnología y emprendimiento como el planteado en este proyecto.

3. *Universidad Mayor de San Andrés (UMSA)*

Fortalezas: La UMSA tiene recursos educativos avanzados, programas de extensión universitaria y convenios con entidades internacionales, ofreciendo espacios de investigación y proyectos de innovación.

Debilidades: Las oportunidades de mentoría suelen estar limitadas a estudiantes y carecen de una metodología específica para la mentoría en emprendimiento tecnológico, lo que restringe su alcance a jóvenes ya inscritos en sus programas académicos.

1.2 Diferenciación de Proyecto

A diferencia de los competidores mencionados, el programa de mentoría en innovación tecnológica y emprendimiento propuesto se enfoca en jóvenes altamente motivados y con ideas o prototipos en etapas iniciales, ofreciendo:

- *Mentoría Personalizada y Especializada*: Profesionales y expertos de diferentes universidades acompañarán a los jóvenes en el desarrollo de proyectos específicos, respondiendo a sus necesidades puntuales.
- *Recursos Tecnológicos Accesibles*: Acceso a equipos en el Cowork Cotauma, con servicios como internet de alta velocidad, impresoras y recursos bibliográficos.
- *Oportunidades de Financiación y Concursos*: Al final del programa, los mejores proyectos recibirán apoyo monetario, permitiéndoles acceder a fondos e incubadoras.

2. *Ventaja Competitiva*

La ventaja competitiva del proyecto se basa en su enfoque profundo y estructurado, diseñado para jóvenes que ya cuentan con un perfil emprendedor sólido. Los factores que distinguen este programa incluyen:

1. ***Metodología Intensiva y Especializada***: En lugar de cursos introductorios, el programa se enfoca en mentorías que desarrollen habilidades avanzadas y técnicas específicas en áreas como gestión financiera, marketing digital, planificación de proyectos y tendencias de innovación tecnológica.

2. ***Redes de Apoyo y Recursos de Alto Nivel***: Con alianzas estratégicas que incluyen universidades, ONGs y empresas privadas, los participantes tendrán acceso a redes de mentores y a oportunidades de financiamiento. Según investigaciones de la Fundación para el Desarrollo de la Ciencia y la Tecnología (FUNDECT), el 67% de los jóvenes emprendedores en Bolivia identifican el financiamiento como una barrera clave, por lo que este proyecto se compromete a facilitar esta conexión¹⁵source¹⁵.

3. ***Espacios de Trabajo y Recursos Digitales***: Aprovechando el Cowork Cotauma, se dispondrá de un espacio físico para que los jóvenes puedan trabajar y reunirse, con acceso a computadoras, internet, impresoras y materiales adicionales para desarrollar sus proyectos sin costo adicional.

3. *Mercado Proveedor*

3.1 Instituciones Proveedoras y Alianzas

Las instituciones aliadas del proyecto son esenciales para proporcionar los recursos necesarios. Estas alianzas incluirán universidades, ONGs, embajadas y entidades municipales, como:

- ***Embajadas de Corea del Sur, Alemania y Brasil***: Estas embajadas son fuentes clave de financiamiento y asistencia técnica, debido a sus relaciones con programas de desarrollo juvenil en tecnología e innovación.
- ***Save the Children y Stak Foundation***: Proporcionarán materiales didácticos y logísticos, así como posibles apoyos financieros específicos para jóvenes en situación de vulnerabilidad.

- *Gobierno Autónomo Municipal de La Paz*: Facilitará la promoción del programa y su implementación a través del Instituto de la Juventud y la Secretaría Municipal de Desarrollo Social.

3.2 Materiales y Recursos Específicos

El programa requerirá materiales que permitan una enseñanza práctica y flexible. Estos recursos incluyen:

- *Equipo de Computación y Conectividad*: Se utilizarán 20 computadoras en el Cowork Cotauma con acceso gratuito a internet de alta velocidad.
- *Material Didáctico y de Oficina*: Papelería variada (papeles de colores, cartulinas, marcadores, carpetas), además de afiches y planillas que facilitarán la enseñanza práctica y visual.
- *Impresoras*: Se dispondrá de tres impresoras (dos a color y una en blanco y negro) para la impresión de documentos, presentaciones y materiales de apoyo.
- *Espacios de Trabajo Colaborativo*: El Cowork Cotauma proporcionará un ambiente de trabajo colaborativo, con salas equipadas para reuniones y proyecciones.

3.3 Nuevas Alianzas y Legislación de Apoyo

El proyecto podrá buscar nuevas alianzas con empresas y ONGs internacionales. La Ley Nacional 342, por ejemplo, promueve el desarrollo juvenil y podría facilitar beneficios tributarios y colaboraciones entre el gobierno y empresas privadas comprometidas con el crecimiento juvenil¹⁶[source](#). Además, ciertas empresas bolivianas que contribuyen a proyectos de innovación social pueden beneficiarse de incentivos fiscales en virtud de esta ley.

4. *Disponibilidad de Materia Prima y Materiales*

El acceso a materiales es favorable en La Paz debido a la disponibilidad de recursos locales a precios accesibles. Para una mejor ejecución, se considera:

- *Papelería Variada*: Se emplearán papeles de diferentes gramajes y tamaños, además de carpetas, bolígrafos y marcadores. La calidad debe ser de gama media, suficiente para asegurar durabilidad sin generar costos elevados.

- ***Internet de Alta Velocidad***: Este recurso es esencial, dado que permite a los estudiantes investigar y trabajar en sus proyectos de manera continua.
- ***Costos Locales de Materiales***: Librerías locales pueden ofrecer papelería a un costo accesible, mientras que los equipos de oficina como impresoras y computadoras son proporcionados sin costo en el coworking.

5. ***Mercado Distribuidor***

5.1 Estrategias de Difusión

La difusión efectiva del proyecto entre los jóvenes emprendedores de La Paz se logrará a través de una estrategia multicanal que maximice el alcance y atractivo del programa. Las acciones específicas incluyen:

1. ***Redes Sociales y Canales Digitales del Gobierno Municipal***: Aprovechar las páginas oficiales del Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, incluyendo su Facebook, Instagram, y TikTok, para publicaciones periódicas que resalten los beneficios del programa. TikTok, en particular, es una herramienta estratégica para captar la atención de los jóvenes bolivianos, quienes representan el 63% de los usuarios activos de la plataforma en el país^{[23]source}.
2. ***Lanzamiento en el Día de la Juventud***: El lanzamiento del proyecto se planeará para coincidir con el Día de la Juventud, celebrado en Bolivia el 21 de septiembre. Este evento reúne a miles de jóvenes en actividades organizadas por el Instituto de la Juventud y la Secretaría de Desarrollo Social, proporcionando una excelente oportunidad para dar a conocer el proyecto directamente.
3. ***Intermediarios y Redes Comunitarias***: Se colaborará con instituciones como las subalcaldías de cada macrodistrito, juntas vecinales y universidades para asegurar una distribución efectiva de la información. Estas instituciones comunitarias ayudan a llegar a jóvenes de todos los barrios de La Paz, maximizando la cobertura geográfica y asegurando que el mensaje sea accesible en zonas urbanas y rurales.

5.2 Métodos de Alcance y Seguimiento

Para garantizar que el programa llegue a la mayor cantidad de jóvenes interesados, se implementarán las siguientes estrategias de alcance:

- ***Campañas Publicitarias Dirigidas en Redes Sociales***: Utilización de campañas segmentadas en Facebook e Instagram, dirigidas a usuarios de entre 14 y 28 años

en La Paz. Estas campañas permitirán maximizar el alcance con una inversión moderada.

- *Boletines Digitales y Grupos en WhatsApp*: Una vez que los jóvenes se registren, se les mantendrá informados a través de boletines digitales y grupos de WhatsApp para compartir actualizaciones, recordatorios de talleres, y material de apoyo.

6. *Mercadeo y Ventas*

6.1 Mensajes Clave de Marketing

Los mensajes de marketing se enfocarán en destacar la exclusividad y los beneficios únicos del programa. Los mensajes clave serán:

- *"Transforma tus ideas en proyectos sólidos"*: Enfatiza que el programa ayudará a los jóvenes a estructurar sus ideas de manera profesional, convirtiéndolas en proyectos viables y listos para ser presentados ante inversionistas.
- *"Accede a una red de expertos y recursos gratuitos"*: Este mensaje resalta el acceso sin costo a mentoría personalizada, equipos de cómputo e impresoras, y un ambiente de trabajo colaborativo en el Cowork Cotauma.
- *"Sé parte de la nueva generación de innovadores paceños"*: Genera un sentido de pertenencia y motivación para los jóvenes interesados en tecnología y emprendimiento.

6.2 Canales de Comunicación

Los canales de comunicación se seleccionarán estratégicamente para asegurar la máxima visibilidad del programa:

- *Redes Sociales*: Además de las cuentas oficiales del gobierno, se buscará colaborar con las universidades aliadas para difundir el programa en sus redes sociales, alcanzando a estudiantes de diversas facultades.
- *Sitios Web Oficiales y Universitarios*: Las páginas web del Instituto de la Juventud, el Cowork Cotauma y universidades aliadas serán medios clave de información y registro. Además, se distribuirá la información en foros educativos y sitios de empleo juvenil.
- *Campañas de Difusión en Instituciones Aliadas*: Las universidades, embajadas y ONGs aliadas contribuirán compartiendo información del programa en sus instalaciones y redes de contacto, alcanzando a estudiantes y jóvenes interesados en emprendimiento.

6.3 Presupuesto para Estrategias de Marketing

Aunque el presupuesto para marketing será limitado, la colaboración con instituciones aliadas ayudará a reducir costos. Con el apoyo de alianzas estratégicas, se espera que los gastos de difusión se concentren principalmente en la creación de contenido para redes sociales y posibles campañas segmentadas en plataformas digitales. Este enfoque permite un alcance amplio y segmentado, optimizando la inversión en marketing.

7. *Estrategias de Posicionamiento*

7.1 Percepción Ideal del Proyecto

El proyecto se posicionará como una iniciativa única y especializada que impulsa a los jóvenes emprendedores de La Paz hacia el éxito. La percepción ideal que se desea crear es:

- Un programa profesional, accesible y enfocado en *innovación y tecnología*, que abre puertas a oportunidades de crecimiento económico y profesional.
- Una red de apoyo sólida, donde los participantes se sienten respaldados y valorados en su desarrollo personal y profesional.

7.2 Enfoque y Diferenciación

El proyecto destacará su enfoque en:

- *Emprendimiento Tecnológico y Sostenibilidad*: La orientación del programa está alineada con las tendencias globales en sostenibilidad e innovación tecnológica, dos áreas de alta demanda en el mercado laboral y de inversión.
- *Mentoría de Alto Nivel con Expertos*: A diferencia de otros programas, aquí se contará con mentores especializados de diversas universidades, que brindarán conocimientos específicos en áreas avanzadas de emprendimiento y tecnología.

7.3 Propuesta de Valor

La propuesta de valor es simple pero poderosa: un programa especializado e individualizado, diseñado para jóvenes que desean transformar sus ideas en proyectos tangibles y sólidos. Esta es una oportunidad que nunca antes se había

ofrecido a emprendedores jóvenes en La Paz, ya que combina mentoría experta, recursos tecnológicos y una red de apoyo integral.

8. *Medios Digitales*

8.1 Plataformas Digitales y Estrategia de Publicación

Para maximizar el alcance, se utilizarán las siguientes plataformas digitales:

- *Facebook e Instagram*: Utilizados principalmente para atraer a jóvenes y compartir contenido motivacional, testimonios de participantes y actualizaciones sobre el programa.
- *TikTok y YouTube*: Estas plataformas ofrecerán contenido visual dinámico. TikTok es ideal para videos cortos y de alto impacto que capturen la esencia del proyecto, mientras que YouTube servirá para contenidos de larga duración como entrevistas y sesiones informativas.
- *LinkedIn*: Aunque menos popular entre jóvenes, LinkedIn será útil para atraer a mentores y socios estratégicos, además de consolidar la imagen profesional del programa.

8.2 Estrategia para Mantener el Interés de los Participantes

La interacción con los participantes a través de redes sociales será constante. Se implementarán las siguientes tácticas:

1. *Historias y Testimonios en Instagram y TikTok*: Publicar historias cortas de jóvenes que ya han participado, resaltando cómo el programa ha impactado sus vidas y proyectos.
2. *Contenido Educativo y Tips de Emprendimiento*: Ofrecer publicaciones con tips rápidos sobre tecnología, marketing y emprendimiento, generando valor antes de que los participantes se inscriban.
3. *Sesiones en Vivo*: Charlas en vivo con los mentores y embajadores del proyecto en Instagram Live y YouTube, donde los interesados puedan hacer preguntas y conocer más sobre el proyecto de manera interactiva.

8.3 Automatización y Herramientas de Seguimiento

Para garantizar que los participantes estén siempre informados y comprometidos con el proyecto, se utilizarán herramientas de automatización:

- ***Newsletters Semanales***: Con un enfoque en consejos, noticias del proyecto y recordatorios, los boletines servirán para mantener a los inscritos motivados.
- ***Campañas Segmentadas***: Al analizar las interacciones en redes sociales, se crearán campañas específicas para aquellos interesados en temas de tecnología o emprendimiento, personalizando el contenido para cada grupo.
- ***Grupos Privados en Facebook y WhatsApp***: Los inscritos tendrán acceso a un grupo privado donde podrán interactuar entre ellos y con los mentores, facilitando la creación de una comunidad sólida alrededor del proyecto.

8.4 Propuesta de Publicaciones en Canva

Para la promoción en redes sociales, se diseñará una serie de publicaciones utilizando Canva, siguiendo los principios de branding y diseño juvenil. Las publicaciones estarán estructuradas en diferentes temáticas:

1. ***Presentación del Proyecto***: Publicaciones en carrusel que expliquen en qué consiste el programa, sus beneficios y cómo registrarse.
2. ***Testimonios de Mentores y Exalumnos***: Historias de éxito de participantes anteriores, destacando el impacto positivo del programa en sus proyectos.
3. ***Convocatorias y Fechas Importantes***: Publicaciones informativas para recordar las fechas de inscripción y actividades relevantes del proyecto.

9. *Clientes, Segmentación y Target*

9.1 Perfil de Clientes

El programa se enfoca en jóvenes emprendedores entre 20 y 28 años en La Paz, específicamente aquellos con interés o experiencia en tecnología y negocios. Las características ideales incluyen:

- ***Formación Académica***: Preferentemente jóvenes con estudios avanzados o en proceso en áreas de tecnología, ingeniería, negocios, ciencias sociales o afines. Estos jóvenes suelen tener una base en conocimientos teóricos, pero buscan aplicarlos en proyectos concretos.
- ***Motivación y Proactividad***: El perfil de los participantes debe incluir aspiraciones claras hacia el emprendimiento y el crecimiento profesional, con una inclinación a mejorar sus condiciones de vida y contribuir al desarrollo local.
- ***Iniciativa en Innovación***: Se priorizará a jóvenes que ya tengan ideas estructuradas o proyectos en desarrollo, aumentando las posibilidades de éxito al recibir la mentoría y recursos del programa.

9.2 Segmentación y Target

1. ***Segmentación Geográfica*:** El programa se enfocará en jóvenes de los macrodistritos urbanos de La Paz, particularmente en áreas cercanas al centro de la ciudad y zonas de acceso a instalaciones de coworking como Cotahuma y Max Paredes. Esto facilita la asistencia presencial, especialmente en sesiones de mentoría.
2. ***Segmentación Psicológica y Conductual*:** La segmentación se dirige a jóvenes motivados y orientados al logro, que buscan no solo empleo sino también la creación de iniciativas sostenibles. Este perfil psicológico asegura el compromiso y facilita un ambiente de aprendizaje colaborativo y enfocado.
3. ***Segmentación Socioeconómica*:** El programa está abierto a jóvenes de ingresos medios, aunque no será excluyente. Al tratarse de una iniciativa gratuita, ofrece acceso equitativo a recursos y mentorías, beneficiando tanto a quienes no pueden financiar cursos de emprendimiento como a aquellos que desean perfeccionar sus proyectos sin incurrir en gastos adicionales.

10. *Compañía y Competencia*

10.1 Instituciones y Empresas Aliadas

El proyecto contará con el apoyo de diversas instituciones nacionales e internacionales, cada una aportando recursos, mentores, financiamiento o espacios. Las principales alianzas estratégicas son:

- ***Embajadas*:** La Embajada de Corea del Sur, Alemania y Brasil han expresado interés en apoyar iniciativas de desarrollo juvenil y de innovación. Su contribución podría incluir financiamiento, mentores de sus respectivos países y acceso a oportunidades de cooperación internacional.
- ***Universidades Nacionales*:** Instituciones como la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA), Universidad San Francisco de Asís y Universidad Real apoyarán con mentores especializados, espacios educativos, materiales didácticos, y certificaciones que validen las habilidades adquiridas por los participantes.
- ***ONGs y Entidades Privadas*:** Organizaciones como Save the Children y Stak Foundation proporcionarán materiales didácticos y asistencia financiera para gastos operativos. La Cámara Nacional de Comercio también es una aliada clave, proporcionando conexiones empresariales y facilitando el acceso a fuentes de financiamiento o concursos de incubación.
- ***Instituciones Locales*:** El Gobierno Autónomo Municipal de La Paz, a través del Instituto de la Juventud, ofrecerá recursos de promoción y divulgación del programa, así como espacios físicos para eventos de lanzamiento y cierre.

10.2 Valor Agregado de las Alianzas

Cada una de las alianzas estratégicas del proyecto aporta un valor diferencial en áreas específicas:

1. ***Financiamiento*:** Embajadas y ONGs internacionales colaboran en la obtención de fondos, lo que reduce costos y aumenta la sostenibilidad del proyecto.
2. ***Capacitación y Mentores*:** Universidades y organizaciones aliadas proporcionan expertos que instruyen a los jóvenes en áreas clave, asegurando una formación integral y especializada.
3. ***Espacios de Trabajo y Materiales*:** Gracias a acuerdos con el Cowork Cotauma y otras entidades locales, los participantes tienen acceso a un entorno adecuado para el aprendizaje, sin incurrir en gastos adicionales.

10.3 Competencia

Aunque existen otros programas de apoyo a jóvenes emprendedores, el proyecto propuesto se diferencia en su alcance y especificidad. A nivel general, los competidores se concentran en cursos o capacitaciones abiertas, pero no ofrecen un programa integral y orientado a proyectos específicos de alto impacto como este. Las alianzas sólidas y el enfoque en mentoría personalizada para jóvenes con ideas concretas generan un ecosistema de apoyo exclusivo en el ámbito de innovación y tecnología.

11. *Medios Digitales y Estrategia de Interacción*

11.1 Plataformas Digitales

Para maximizar la visibilidad y captar la atención de los jóvenes, se hará uso de las plataformas digitales más populares y relevantes para el público objetivo:

- ***Facebook e Instagram*:** Para contenido visual y anuncios pagados segmentados hacia jóvenes de entre 20 y 28 años en La Paz. Instagram se aprovechará especialmente para publicaciones visualmente atractivas, como testimonios de éxito y eventos.
- ***TikTok*:** Se usará para videos cortos y dinámicos, tales como entrevistas rápidas con mentores, presentaciones de proyectos y avances del programa. La popularidad de TikTok entre jóvenes bolivianos lo hace un canal clave para captar la atención de nuevos participantes.

- *YouTube*: Para subir contenido extenso, como talleres grabados, entrevistas en profundidad y sesiones en vivo, brindando a los jóvenes acceso a contenido educativo en cualquier momento.
- *LinkedIn*: Enfocado más a mentores y posibles aliados, LinkedIn ayudará a posicionar al programa como una iniciativa profesional, conectando con líderes de diferentes sectores.

11.2 Estrategia de Contenido y Publicaciones

1. *Contenido Interactivo y Educativo*: Publicaciones que respondan preguntas frecuentes y ofrezcan consejos rápidos de emprendimiento. Ejemplo: "5 Tips para iniciar tu startup en tecnología" o "Consejos para financiar tu idea de negocio".
2. *Testimonios de Participantes y Mentores*: Historias de éxito de jóvenes que han participado y alcanzado hitos importantes. Esto generará un sentido de credibilidad y pertenencia.
3. *Eventos en Vivo y Webinars*: Organizar eventos en vivo y seminarios web donde los jóvenes puedan conocer a los mentores y explorar el programa antes de inscribirse. Esto incluye lives en Instagram y YouTube donde los interesados pueden hacer preguntas en tiempo real.
4. *Publicaciones Informativas y Promocionales en Canva*: Publicaciones en formato carrusel para redes sociales con información sobre el programa, sus beneficios y cómo aplicar. Canva permite mantener una estética visual coherente y atractiva, fundamental para la captación de jóvenes en redes sociales.

11.3 Automatización y Herramientas de Seguimiento

Para mantener la comunicación fluida y la participación activa, se implementarán herramientas de automatización y seguimiento:

- *Newsletters y Correos Programados*: Se enviarán boletines periódicos con información relevante, recordatorios de eventos y actualizaciones sobre el programa. Esto asegura que los inscritos no pierdan ningún detalle importante.
- *Campañas Segmentadas en Redes Sociales*: Las campañas en redes sociales se personalizarán según los intereses y nivel de compromiso de los jóvenes, lo que permitirá ofrecer contenido relevante a cada segmento.
- *Grupos de WhatsApp y Telegram*: Estos grupos servirán como punto de encuentro donde los participantes puedan resolver dudas, compartir experiencias y obtener soporte inmediato. La interacción constante en estos grupos fomentará una comunidad sólida alrededor del proyecto.

